

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. LANDASAN TEORI

2.1.1. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, hal. 87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dan masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). O'Donovan, dalam Nor Hadi, *op. cit.*, hal. 87.

Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik terhadap produk, metode, dan tujuan. Deegan, Robin dan Tobin menyatakan, legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. (Nor Hadi, *op. cit.*, hal. 89).

Aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial Lingkungannya. Terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh

dukungan legitimasi: Pertama, aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai masyarakat. Kedua, pelaporan aktivitas perusahaan hendaknya mencerminkan nilai-nilai sosial. (Dowling dan Pfeffer, dalam Nor Hadi, op. cit., hal. 91-92.)

Perkembangan tingkat kesadaran dan peradaban masyarakat membuka peluang meningkatnya tuntutan terhadap kesadaran lingkungan. Legitimasi perusahaan di mata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatnya CSR. CSR memiliki manfaat untuk membentuk, meningkatkan, dan memelihara citra, reputasi dan strategi perusahaan. (Wibisono, dalam Nor Hadi, op. cit., hal. 92).

2.1.2. Teori Keutamaan Pemegang Saham (*Shareholder Primacy Theory*)

Pijakan teoritis pandangan kelompok *shareholder primacy theory* ini dibangun pertama kali oleh salah satu pemikir fenomenal hukum korporasi, Adolf A. Berle. Adolf A. Berle dan Gardiner Means dalam karangannya tahun 1932 berjudul “*The Modern Corporation and Private Property*” telah mengemukakan ide perlunya keterpisahan antara *ownership and control* dalam perusahaan modern. Mereka juga membangun konsep bahwa *shareholders* merupakan konstituen primer dalam perusahaan. (Ibid., hal. 113.)

Berle meyakini bahwa satu-satunya kepentingan yang harus diperhatikan dan dilayani dalam perusahaan adalah kepentingan pemodal. Inilah yang kemudian menjadi premis utama *Shareholder Primacy Theory*. Perusahaan dalam perspektif Berle adalah entitas hukum imajiner yang sengaja dikreasi dengan tujuan utama dan satu-satunya yaitu dalam kerangka mencari keuntungan buat pemiliknya (*shareholders*). Konsep teori pemegang saham menyatakan bahwa pemegang saham adalah pihak yang memiliki kepemilikan terakhir atas aset-aset perusahaan dan dengan demikian, prioritas manajer dan dewan adalah untuk melindungi dan

menumbuhkan aset ini untuk kepentingan pemegang saham. Teori ini beranggapan bahwa pemegang saham menilai aset perusahaan dengan menggunakan dua indikator yang dapat diukur, yakni dividen dan harga saham. Karenanya, kepemimpinan harus mengambil keputusan yang menggabungkan peningkatan nilai dividen dan kenaikan harga saham secara maksimal. Namun, teori pemegang saham gagal mempertimbangkan bahwa pemegang saham dan korporasi mungkin memiliki tujuan lain yang tidak didasarkan pada kinerja keuangan. Sebagai contoh, sejak tahun 1932, Berle dan Means telah mengemukakan bahwa korporasi mempunyai beragam tujuan dan kepentingan, termasuk merangsang semangat kewirausahaan, inovasi, dan berkontribusi pada masyarakat. Pandangan yang lebih inklusif ini telah mendapatkan daya tarik yang lebih besar dalam beberapa dekade terakhir, seperti tercermin dalam meningkatnya minat terhadap investasi etis. Ini membuktikan bahwa pemegang saham dan calon pemegang saham tidak hanya mencari keuntungan finansial semata, melainkan juga tertarik pada perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial (Kyriakou, 2018). Oleh karena itu, tampaknya penciptaan nilai pemegang saham itu penting, namun perlu diimbangi dengan kepentingan pemangku kepentingan lainnya. Ini disebut sebagai pendekatan tercerahkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, inovasi dan membangun masyarakat.

2.1.3. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Primacy Theory*)

Stakeholders Primacy Theory ini sejatinya memiliki kedekatan pandangan dengan *Corporate Citizenship*. *Corporate citizenship* sejatinya adalah suatu pandangan yang mensejajarkan perusahaan (perseroan terbatas) sebagai entitas hukum (legal entity) yang hidup di tengah kelompok masyarakat tidak bedanya dengan entitas hukum yang lain (khususnya *natuurlijk persoon*). Perusahaan (perseroan terbatas) sejatinya memiliki kewajiban untuk berperan serta bagi kemajuan masyarakat

dimana perusahaan tersebut berada. Keterhubungan antara perusahaan dengan masyarakat sejatinya bersifat mutualistik. Perusahaan sejatinya hanya dapat mengeksis apabila perusahaan ada di tengah masyarakat. Tanpa masyarakat, perusahaan untuk memberikan peran serta untuk mengembangkan lingkungan pemangku kepentingan yang ada di sekitar pabrik. Berdasarkan teori ini, CSR merupakan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh perusahaan sebagai bukti bentuk sifat saling tergantung (interdependency) antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut mengeksis. (Ibid., hal.114-115).

Asumsi Stakeholder Theory (Thomas dan Andre dalam Nor Hadi, op. cit., hal. 94.):

- a. Perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok-kelompok konstituen (stakeholder) yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan
- b. Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan stakeholder-nya
- c. Kepentingan semua legitimasi stakeholder memiliki nilai secara hakiki, dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain
- d. Teori ini memokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern. (Adam, dalam Nor Hadi, op. cit., hal. 91-95)

2.1.4. Teori Kontrak Sosial

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dari perusahaan mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh-memengaruhi. Untuk itu agar terjadi keseimbangan (equality), maka perlu kontrak sosial baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi, op. cit., hal. 95)

Mengingat output perusahaan bermuara pada masyarakat, serta tidak adanya power institusi yang bersifat permanen, maka perusahaan membutuhkan legitimasi. Di situ, perusahaan harus melebarkan tanggung jawabnya tidak hanya sekadar *economic responsibility* yang lebih diarahkan kepada shareholder (pemilik perusahaan), namun perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggung jawab kepada pemerintah yang dicerminkan dalam peraturan dan undang-undang yang berlaku (*legal responsibility*). Di samping itu, perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggung jawab kepada masyarakat, yang dicerminkan lewat tanggung jawab dan keberpihakan pada berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang timbul (*societal responsibility*). (Nor Hadi, op. cit., hal. 98)

2.2. Review Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan topik yang akan diteliti oleh peneliti, maka perlu didukung dari penelitian-penelitian terdahulu yang membahas penelitian yang sejenis.

Erlangga et al. (2021) meneliti tentang Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. Variabel-variabel yang digunakan diantaranya *Green accounting* dan CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan green accounting berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas belum mampu menjadi mediasi antara pengaruh penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan. Keterbatasan penelitian ini adalah periode yang digunakan hanya 1 tahun, yaitu tahun 2019, yang mana seharusnya dapat diteliti lagi dengan periode yang lebih panjang. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian sebelumnya profitabilitas sebagai variabel mediasi, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan profitabilitas sebagai variabel dependen. Pada penelitian sebelumnya menambahkan profitabilitas sebagai variabel mediasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Pada penelitian sebelumnya, indikator pengukuran profitabilitas dengan ROE, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan indikator NPM

Kholmi dan Nafiza (2022) meneliti tentang Pengaruh Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019). Variabel-variabel yang digunakan diantaranya *Green accounting* dan CSR sebagai variabel independen, dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Green accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Keterbatasan penelitian ini adalah Tidak berpengaruhnya green accounting terhadap

profitabilitas dimungkinkan karena *proxy* yang digunakan masih belum bisa mempresentasikan *proxy* yang sebenarnya dari *green accounting*. *Proxy* lainnya untuk mengukur *green accounting* dapat dijadikan sebagai kajian penelitian selanjutnya. Perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. Pada penelitian sebelumnya, indikator pengukuran profitabilitas dengan *Return on Equity Ratio*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan indikator *Net Profit Margin*.

Puspaningrum (2017) meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia). Variabel-variabel yang digunakan diantaranya CSR dan Kepemilikan Manajerial sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI, serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi hubungan kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan pertambangan di BEI. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya menggunakan data sekunder laporan keuangan dari industri pertambangan dan belum dapat digeneralisasi. Pada penelitian ini periode yang digunakan hanya 2 tahun yang mana relatif pendek. Perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian sebelumnya, meneliti pengaruh CSR dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, sedangkan

penelitian yang akan dilakukan meneliti pengaruh *Green Accounting* dan CSR terhadap profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Pada penelitian sebelumnya, indikator pengukuran CSR dengan 78 item pengungkapan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan checklist indikator GRI *standard*. Pada penelitian sebelumnya, indikator pengukuran profitabilitas dengan ROA, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan NPM.

Utami dan Nuraini (2020) meneliti tentang Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Dan Perputaran Total Aset Terhadap Profitabilitas. Variabel-variabel yang digunakan diantaranya Penerapan *Green Accounting* dan Perputaran Total Aset sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Hasil penelitiannya menunjukkan Penerapan *Green Accounting* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas, Perputaran Total Aset secara parsial memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas, serta Penerapan *Green Accounting* dan Perputaran Total Aset secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Keterbatasan penelitian ini adalah Penelitian yang dilakukan untuk variabel Penerapan *Green Accounting* hanya mengacu pada pengeluaran lingkungan saja tanpa memperhitungkan indikator yang lain, kurangnya sampel dalam penelitian ini dikarenakan keterbatasan mengakses *annual report* diberbagai perusahaan yang tidak mempublikasikan *annual report*nya, serta referensi penelitian terdahulu yang terbatas karena penelitian ini masih jarang diteliti. Perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian sebelumnya, meneliti pengaruh green accounting dan perputaran total aset terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti pengaruh *green accounting* dan CSR terhadap profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Pada penelitian sebelumnya, indikator pengukuran profitabilitas dengan ROA, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan NPM.

Susanti et al. (2022) meneliti tentang pengaruh *green accounting* dan kinerja lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan (*The Effect Of Green Accounting and Environmental Performance On Company Profitability*). Variabel-variabel yang

digunakan diantaranya Green Accounting dan Kinerja Lingkungan sebagai variabel independen, dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Hasil penelitiannya menunjukkan *green accounting* dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi batasan variabel green accounting yang dibatasi oleh lingkungan biaya, variabel kinerja lingkungan dibatasi dengan menggunakan PROPER dan profitabilitas dibatasi oleh Return On Equity (ROA). Perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian sebelumnya indikator pengukuran *green accounting* hanya dengan biaya lingkungan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan indikator pengukuran *green accounting* dengan komponen biaya lingkungan, biaya daur ulang limbah, biaya R&D lingkungan. Pada penelitian sebelumnya, indikator pengukuran profitabilitas dengan ROA, sedangkan penelitian yang akan dilakukan dengan NPM.

Rehan et al. (2018) meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas bank (*Effect of Corporate Social Responsibility on Profitability of Banks*). Variabel-variabel yang digunakan diantaranya *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen, EPS, ROA, dan ROE Sebagai variabel dependen, serta variabilitas pendapatan, ukuran perusahaan, dan tingkat pertumbuhan yang diharapkan sebagai variabel kontrol. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR, pertumbuhan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif & signifikan terhadap ROE dan income variability berpengaruh negatif terhadap ROE dan pengembalian aset. Semua variabel berpengaruh positif terhadap *earning per share* tetapi variabilitas pendapatan berpengaruh negatif terhadap *earning per share*. Perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan EPS, ROA, ROE sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian yang akan dilakukan profitabilitas sebagai variabel dependen. Pada penelitian sebelumnya terdapat variabel kontrol, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan.

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

2.3.1. Konsep variabel yang digunakan

2.3.1.1. Green Accounting

Green Accounting adalah kegiatan mengumpulkan, menganalisis, memperkirakan, dan menyiapkan laporan baik data lingkungan maupun finansial dengan tujuan untuk mengurangi dampak lingkungan dan biaya (Cohen dan Robbins 2011:190 dalam Aniela, 2012). Definisi lain menurut Citrayantie, Said, dan Mediaty (2020) *Green Accounting* adalah sistem akuntansi yang digunakan perusahaan dimana perusahaan tersebut memasukkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan terkait keberlanjutan alam (lingkungan). Serta bagaimana perlakuan akuntansi atas biaya-biaya yang terkait dengan biaya lingkungan tersebut, dan menganalisisnya apakah berdampak baik atau buruk terhadap perusahaan. Akuntansi Hijau dapat meningkatkan kinerja lingkungan, mengendalikan biaya, berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan, dan mempromosikan proses produk ramah lingkungan. Akuntansi lingkungan atau akuntansi hijau juga menyediakan peluang untuk meminimalkan energi, melestarikan sumber daya, mengurangi risiko kesehatan dan keselamatan lingkungan, dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Tujuan dari green accounting adalah untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan penilaian kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya (*environmental costs*) dan manfaat atau efek (*economic benefit*) (Riadi, 2022).

Syarat utama dalam penyajian informasi *green accounting* :

- a. Terintegrasi dan komprehensif, informasi akuntansi yang disajikan dalam pelaporan akuntansi hijau harus memperhitungkan, mengintegrasikan, dan mempertanggungjawabkan semua informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan secara terpadu dalam satu paket pelaporan.

- b. Relevan, yaitu informasi yang disajikan harus relevan dengan kebutuhan para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan.
- c. Reliable, yaitu informasi akuntansi yang disajikan harus reliabel atau andal agar dapat dipercaya dan bermanfaat bagi para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi.
- d. Transparan, yaitu informasi akuntansi terintegrasi harus disajikan secara jujur, akuntabel, dan transparan agar tidak menyesatkan para pihak dalam evaluasi, penilaian, dan pengambilan keputusan ekonomi dan non ekonomi.
- e. Keterbandingan, yaitu informasi akuntansi yang disajikan memiliki daya banding antar periode dan disajikan secara konsisten dari waktu ke waktu.

Indikator *Green Accounting*

Terdapat beberapa biaya yang menjadi indikator penerapan *green accounting* menurut Hansen dan Mowen (2009) dalam Riadi (2022) :

- a. Biaya pencegahan lingkungan (environmental prevention costs) : Biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk mencegah diproduksinya limbah dan atau sampah yang menyebabkan kerusakan lingkungan.
- b. Biaya deteksi lingkungan (environmental detection costs) : biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk menentukan apakah produk, proses, dan aktivitas lainnya di perusahaan telah memenuhi standar lingkungan yang berlaku atau tidak.
- c. Biaya kegagalan internal lingkungan (environmental interna failure costs) : biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan karena diproduksinya limbah dan sampah, tetapi tidak dibuang ke lingkungan luar.

- d. Biaya kegagalan eksternal lingkungan (environmental external failure costs) : biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan setelah melepas limbah atau sampah ke dalam lingkungan. Biaya kegagalan eksternal dapat dibagi lagi menjadi kategori yang direalisasi (realized external failure cost) dan yang tidak direalisasi (unrealized external failure cost).

Peraturan terkait dengan *green accounting*

- a. Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup, mengatur tentang kewajiban setiap orang yang berusaha atau berkegiatan untuk menjaga, mengelola, dan memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai lingkungan hidup. Akibat hukum juga telah ditentukan bagi pelanggaran yang menyebabkan pencemaran dan perusakan lingkungan hidup.
- b. Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, mengatur kewajiban bagi setiap penanam modal berbentuk badan usaha atau perorangan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan, menjaga kelestarian lingkungan hidup dan menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar. Pelanggaran terhadap kewajiban tersebut dapat dikenai sanksi berupa peringatan tertulis, pembatasan, pembekuan, dan pencabutan kegiatan dan atau fasilitas penanaman modal.
- c. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mewajibkan bagi perseroan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran terhadap hal tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- d. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No: KEP-134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian

Laporan Tahunan bagi Emiten atau Perusahaan Publik, mengatur mengenai kewajiban laporan tahunan yang memuat Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance) harus menguraikan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 32 (Akuntansi Kehutanan) dan No. 33 (Akuntansi Pertambangan Umum), mengatur tentang kewajiban perusahaan dari sektor pertambangan dan pemilik Hak Pengusaha Hutan (HPH) untuk melaporkan item-item lingkungannya dalam laporan keuangan.

2.3.1.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Mohammad Hamim dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2020 menjelaskan pengertian CSR adalah sebuah komitmen dari suatu bisnis atau perusahaan untuk dapat berperilaku secara etis dan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan (Pramudya, 2022).

Corporate Social Responsibility dapat dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Lela Nurlala, 2019:11).

CSR berkaitan erat dengan teori pemangku kepentingan, yang mana pada teori tersebut terdapat usulan mengenai perusahaan harus memiliki tanggungjawab kepada *shareholders* dan *stakeholders*, termasuk

diantaranya adalah masyarakat dan lingkungan (Jaisinghani & Sekhon, 2022).

Manfaat CSR

Selain mendapat manfaat bagi perusahaan, dengan menerapkan aktivitas CSR dapat mendatangkan manfaat yang positif bagi masyarakat dan pemerintah (Imam Syairozi, 2019:15), yaitu:

a. Manfaat bagi Masyarakat

Dapat meningkatkan berbagai sektor seperti diadakannya Pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat, sektor tenaga kerja seperti meningkatkan pelatihan atau training untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.

b. Manfaat bagi Pemerintah

Aktivitas dari CSR sendiri berhubungan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah Pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kerjasama dari adanya kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan CSR di sekitar mereka.

Saputra, K.A.K, Martini, N.P. R, Pradnyanitasari, D. (2019) dalam bukunya Akuntansi Sosial dan lingkungan menjelaskan manfaat pelaksanaan CSR bagi perusahaan itu sendiri :

a. *Reduced Operating Cost*. Dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan mampu mengurangi beban atau biaya operasional perusahaan, misalnya jadwal kerja yang fleksibel dan program

keselamatan kerja berdampak pada menurunnya absensi pekerja dan menambah simpanan uang perusahaan dari pekerja melalui peningkatan produktivitas kerja.

- b. *Improved financial performance.* Hubungan antara tanggung jawab sosial dengan kinerja keuangan yang positif dapat dilihat dari kriteria melalui *total return, sales growth and profit growth* selama lebih dari satu periode sebaik *net profit margin* dan *return on equity*.
- c. *Enhanced brand image and reputation.* Perusahaan menyadari adanya tanggung jawab sosial bermanfaat bagi meningkatnya reputasi, baik perusahaan di mata publik sebagaimana sebaik reputasi di dalam komunitas bisnisnya sehingga dapat menarik rekan bisnis baru dan mendapat keuntungan.
- d. *Increased sales and customer loyalty.* Dengan memproduksi barang yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan ditunjang pelaksanaan CSR akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, dan diharapkan masyarakat tetap setia menggunakan hasil produksi perusahaan tersebut.
- e. *Increased productivity and quality.* Usaha perusahaan dalam menciptakan kondisi kerja yang produktif, mengurangi dampak buruk bagi lingkungan atau melibatkan pekerja dalam peningkatan produktivitas dan mengurangi angka kesalahan yang terjadi.
- f. *Increased ability to attract and retain employees.* Perusahaan menyadari dengan komitmen tinggi atas tanggung jawab sosial perusahaan akan lebih mudah dalam merekrut dan mengupah pekerja, berdampak pada penurunan perputaran biaya perekrutan dan pelatihan. Orang akan memilih bekerja pada lingkungan kerja dimana tidak ada konflik sosial yang tercipta terutama masalah ketenagakerjaan.
- g. *Reduced regulatory oversight.* Pemerintah berperan dalam membuat kebijakan perundangan yang dijadikan pedoman bagi perusahaan dalam kegiatan operasionalnya. Pemerintah memberikan penghargaan bagi

perusahaan yang bertindak proaktif terhadap lingkungan, misalnya keberhasilan pengolahan limbah pabrik serta menjaga kelestarian lingkungan.

- h. *Access to capital*. Pertumbuhan investasi terhadap tanggung jawab sosial yang tinggi telah memberi jalan bagi masuknya tambahan modal yang mungkin telah tersedia.

Dapat disimpulkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat atau lingkungan sekitar tetapi juga bermanfaat bagi perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba.

Dasar pelaksanaan CSR Perseroan mengacu pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Selain itu, implementasi CSR di Perseroan juga didasarkan pada 7 inti ISO 26000, yaitu:

- a. Tata kelola organisasi: sistem pengambilan dan penerapan keputusan perusahaan dalam rangka pencapaian tujuannya
- b. Hak asasi manusia: hak dasar yang berhak dimiliki semua orang sebagai manusia, yang antara lain mencakup hak sipil, politik, ekonomi, sosial, dan budaya
- c. Praktik ketenagakerjaan: segala kebijakan dan praktik yang terkait dengan pekerjaan yang dilakukan di dalam atau atas nama perusahaan
- d. Lingkungan: dampak keputusan dan kegiatan perusahaan terhadap lingkungan
- e. Prosedur operasi yang wajar: perilaku etis organisasi saat berhubungan dengan organisasi dan individu lain
- f. Isu konsumen: tanggung jawab perusahaan penyedia barang/jasa terhadap konsumen dan pelanggan
- g. Pelibatan dan pengembangan masyarakat: hubungan organisasi dengan masyarakat di sekitar wilayah operasi.

Teori *Triple Bottom Line*

CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines*, yaitu *profit* (melakukan perdagangan yang adil dan beretika), *people* (memperhatikan hak tenaga kerja), dan *planet* (mengelola *natural resources* perusahaan dengan baik dan peduli pada dampak lingkungan). Elkington (1997) menjelaskan konsep Triple Bottom Line digunakan sebagai landasan principal dalam aplikasi program Corporate Social Responsibility pada sebuah perusahaan. Tiga kepentingan yang menjadi satu ini merupakan garis besar dan tujuan utama tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Konsep triple bottom line menunjukkan bahwa perusahaan harus mengutamakan kepentingan stakeholder. Elkington (1997) mengatakan bahwa triple bottom line telah menjadi dasar ukuran nilai kesuksesan perusahaan. Ketiga aspek TBL memiliki hubungan dan keterkaitan yang kuat. Aulia dan Kertawijaya (2013) menggambarkan dari aspek ekonomi, perusahaan harus fokus terhadap keuntungannya demi keberlangsungan hidup perusahaan, dari aspek sosial, perusahaan harus memiliki komitmen kepada masyarakat untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya, dan dari aspek lingkungan, semua kegiatan perusahaan terkait erat dengan lingkungan. Dari pemaparan tersebut, dapat dinyatakan perusahaan harus dapat menyeimbangkan ekonomi agar dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan menjaga keseimbangan lingkungan dari setiap aktivitasnya. Perusahaan dalam menjalankan ketiga aspek TBL tersebut, dapat melaksanakannya dalam program CSR. Hal tersebut dikarenakan pada dasarnya konsep TBL merupakan intisari dari prinsip CSR (Elkington, 1997 dalam Lelisari dan Nasution, 2017).

Pengungkapan CSR Menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI)

GRI mendorong penerapan pelaporan keberlanjutan sebagai cara bagi perusahaan dan organisasi agar menjadi lebih berkelanjutan dan berkontribusi

pada ekonomi global yang berkelanjutan. Misi GRI adalah untuk membuat pelaporan keberlanjutan menjadi praktik standar agar semua perusahaan dan organisasi dapat melaporkan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola mereka. Penelitian-penelitian terdahulu mengacu pada informasi laporan CSR yang berdasarkan pada *Sustainability Reporting Guidelines (SRG)* yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*. Pada tiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai “1” apabila ada ungkapan mengenai item tersebut pada laporan keuangan, sedangkan “0” apabila tidak ada ungkapan mengenai item tersebut pada laporan keuangan. Selanjutnya, skor dari setiap item tersebut dijumlahkan, dan menghasilkan skor keseluruhan pada masing-masing perusahaan untuk menunjukkan tingkat pengungkapan CSR secara kuantitatif (Ningtyas & Triyanto, 2019).

2.3.1.3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Laba merupakan gambaran mengenai kinerja yang diperoleh dari proses transaksi umum yang dilaksanakan perusahaan selama periode tertentu. Laba dijadikan indikator bagi para stakeholder untuk menilai seberapa jauh kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan (Prihadi, 2020:166)

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aset atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Menurut (Kasmir 2019:114) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.

Manfaat profitabilitas

Rasio profitabilitas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan (Hery, 2015:192-193). Berikut adalah manfaat rasio profitabilitas yaitu:

- a. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.
- e. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
- f. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
- g. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
- h. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rasio Profitabilitas

Profitabilitas memang sangat penting bagi perusahaan, untuk mengetahui secara persis perubahan yang terjadi dalam profitabilitas, maka perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya rasio profitabilitas perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas antara lain (Kasmir, 2019:89) : Margin laba bersih, Perputaran total aktiva, Laba bersih, Penjualan, Total aktiva, Aktiva tetap, Aktiva lancar, Total biaya. Faktor-faktor tersebut masing-masing mempunyai peran penting dalam menentukan hasil perolehan profitabilitas.

2.3.1.4.Ukuran Perusahaan

Definisi ukuran perusahaan menurut Ayu dan Gerianta (2018) adalah bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang perusahaan miliki. Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat teratasi. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *green accounting* dan CSR terhadap profitabilitas perusahaan.

2.3.1.5.Green Accounting dan profitabilitas

Pengaruh green accounting (akuntansi hijau) terhadap profitabilitas dapat dianalisis melalui beberapa teori dan konsep ekonomi serta lingkungan yang relevan. Dua teori yang sering digunakan untuk memahami hubungan ini adalah "Teori Peningkatan Efisiensi" dan "Teori Nilai Jangka Panjang".

Teori Peningkatan Efisiensi (*Efficiency Enhancement Theory*)

Teori ini berpendapat bahwa praktik-praktik akuntansi hijau dapat meningkatkan efisiensi operasional dan penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi. Dengan mengadopsi praktik-praktik yang berfokus pada efisiensi energi, pengelolaan limbah yang lebih baik, dan pengurangan dampak lingkungan, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional jangka panjang. Dalam jangka waktu tertentu, peningkatan efisiensi ini dapat berkontribusi

pada peningkatan profitabilitas melalui penghematan biaya (Zambon & Brocardo, 2015)

Teori Nilai Jangka Panjang (Long-Term Value Theory)

Teori ini berpendapat bahwa perusahaan yang mengadopsi praktik akuntansi hijau cenderung menghasilkan nilai jangka panjang yang lebih tinggi. Meskipun investasi awal dalam praktik berkelanjutan mungkin memerlukan biaya tambahan, ini dapat membawa manfaat jangka panjang dalam hal reputasi perusahaan, keberlanjutan bisnis, dan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, investor, dan masyarakat. Nilai jangka panjang ini dapat tercermin dalam peningkatan loyalitas pelanggan, akses ke modal yang lebih murah, dan peluang bisnis baru yang muncul dari persepsi positif sebagai perusahaan yang peduli lingkungan (Krosinsky & Purdom, 2020).

2.3.1.6. Corporate Social Responsibility dan profitabilitas

Pengaruh antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan profitabilitas dapat dianalisis melalui beberapa teori dan pandangan yang berbeda dalam bidang bisnis dan ekonomi. Dua teori utama yang sering digunakan untuk memahami hubungan ini adalah "Teori Strategi" dan "Teori Tanggung Jawab Sosial Korporasi".

Teori Strategi (Strategic Theory)

Teori ini berpendapat bahwa praktik CSR dapat memiliki dampak positif pada profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, CSR dianggap sebagai bagian dari strategi bisnis yang mampu meningkatkan keunggulan kompetitif dan reputasi perusahaan. Melalui investasi dalam CSR, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, meningkatkan citra merek, dan memperluas pangsa

pasar. Hal ini dapat mengarah pada peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, dan kinerja jangka panjang yang lebih baik (Chandler, 2017).

Teori Tanggung Jawab Sosial Korporasi (Corporate Social Responsibility Theory)

Teori ini menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Dalam pandangan ini, praktik CSR bukan hanya tujuan bisnis semata, tetapi juga merupakan tanggung jawab etis perusahaan terhadap dampaknya terhadap semua stakeholder, termasuk karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Meskipun tidak selalu berkaitan langsung dengan profitabilitas, teori ini berpendapat bahwa perilaku etis dan dukungan terhadap keberlanjutan dapat menciptakan reputasi yang baik dan menghindari risiko hukum dan reputasi (Carroll, 2016).

2.3.1.7. Ukuran perusahaan dan profitabilitas

Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas dapat dianalisis melalui berbagai teori dan kerangka kerja yang berbeda dalam bidang bisnis dan ekonomi. Dua teori utama yang sering digunakan untuk memahami hubungan ini adalah "Teori Agen" dan "Teori Biaya Transaksi".

Teori Agen (Agency Theory)

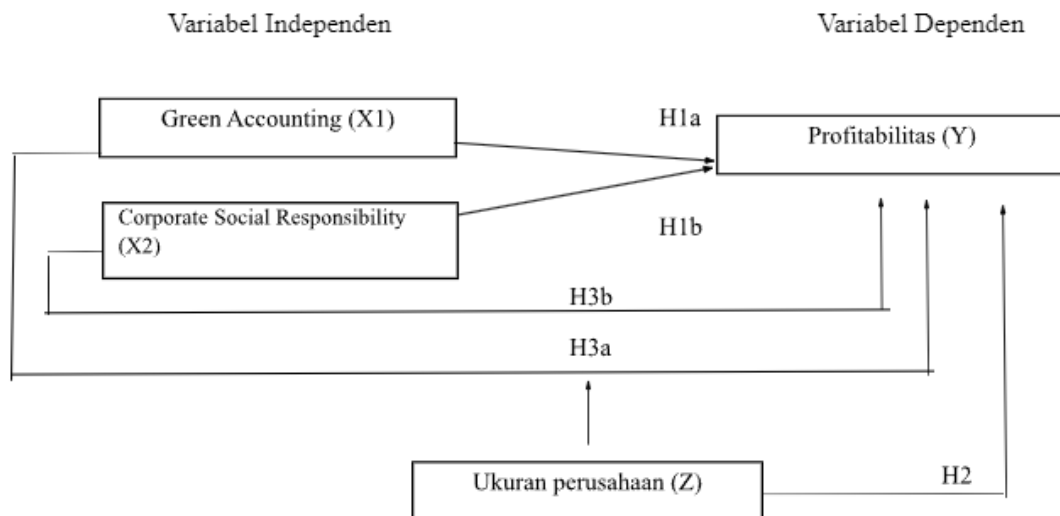
Teori ini menekankan konflik keagenan antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen yang bertindak sebagai agen yang mengelola perusahaan. Menurut teori ini, ukuran perusahaan dan profitabilitas dapat saling berhubungan melalui dinamika hubungan agen-prinsipal. Manajemen cenderung memiliki insentif untuk memaksimalkan ukuran dan profitabilitas perusahaan untuk meningkatkan kompensasi mereka sendiri. Namun, tindakan ini tidak selalu menghasilkan keuntungan maksimal bagi pemilik perusahaan. Hubungan ini dapat dimoderasi oleh struktur

kepemilikan, komitmen manajemen terhadap pemangku kepentingan, dan mekanisme kontrol internal dan eksternal (Jensen dan Mecking, 1976).

Teori Biaya Transaksi (Transaction Cost Theory)

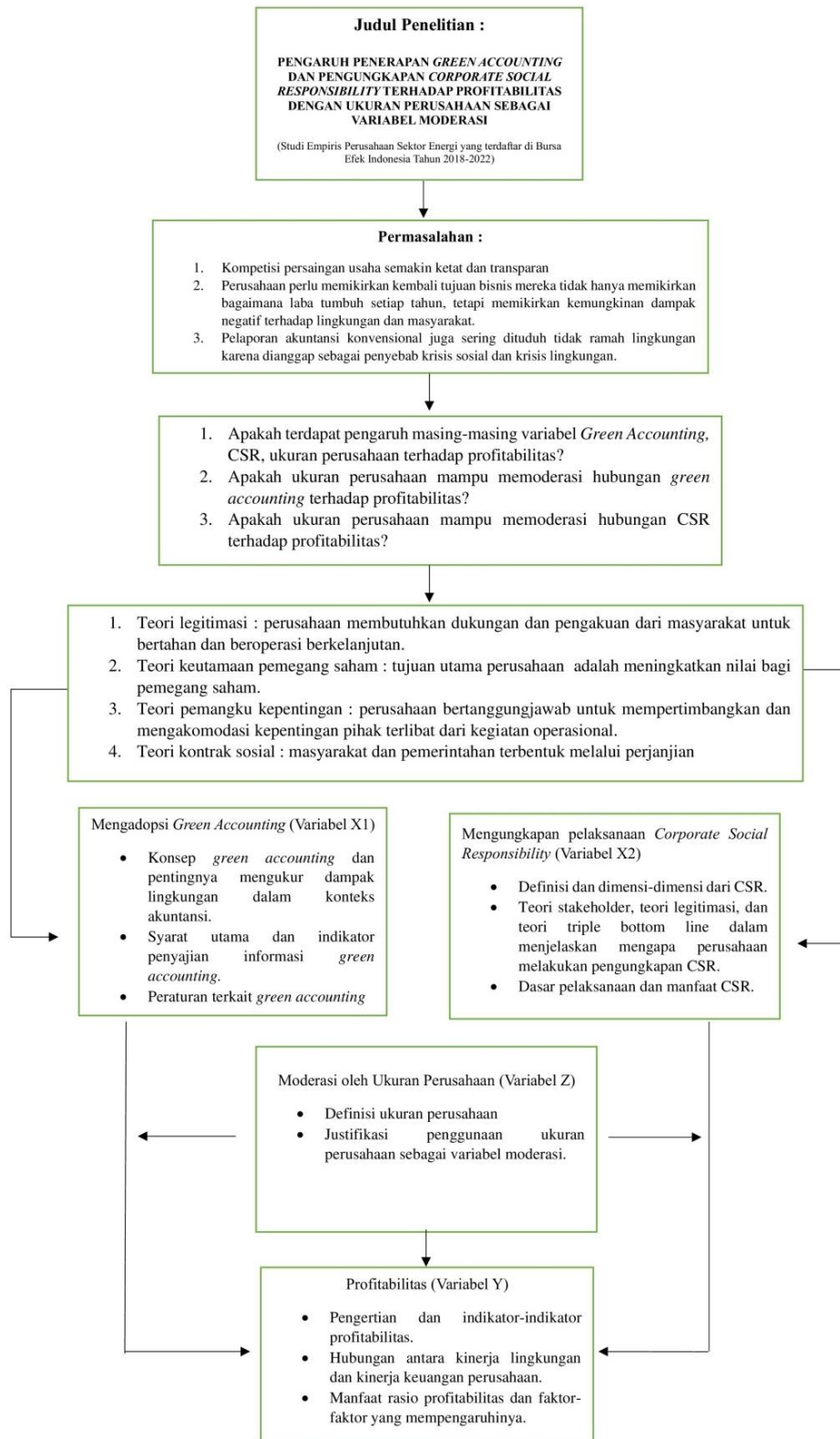
Teori ini berfokus pada analisis biaya yang terlibat dalam berbagai tindakan ekonomi, termasuk keputusan bisnis. Dalam konteks ini, ukuran perusahaan dan profitabilitas dapat mempengaruhi biaya transaksi. Perusahaan besar mungkin memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengatasi biaya transaksi, seperti biaya negosiasi dan biaya pengawasan. Namun, perusahaan besar juga dapat menghadapi biaya agensi yang lebih tinggi. Di sisi lain, perusahaan yang lebih kecil mungkin memiliki biaya transaksi yang lebih rendah, tetapi mungkin juga memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya untuk mencapai profitabilitas yang tinggi (Stone, et.al., 1996:97 dalam Yustika, 2013).

2.3.2. Hubungan Antar Variabel Penelitian



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

2.3.3. Kerangka Pikir



Gambar 2.2. Kerangka Pikir

2.3.4. Pengembangan Hipotesis

2.3.4.1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas

Adanya kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat serta penggunaan sumber daya perusahaan pada wilayah tersebut merupakan gambaran dari teori legitimasi (Ainy & Barokah, 2019). Kontrak sosial tersebut akan digunakan oleh perusahaan terhadap masyarakat agar perusahaan mendapatkan persetujuan dalam menggunakan sumber daya alam pada lingkungan sekitar perusahaan tersebut. Chasbiandani, Rizal, dan Satria (2019) melakukan penelitian mengenai akuntansi hijau dan profitabilitas. Peneliti menemukan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas. Dengan demikian, berdasarkan pada penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis seperti berikut :

H1a: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.3.4.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perusahaan terhadap Profitabilitas

Perusahaan yang mengembangkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangannya akan mendapat respon yang lebih baik dari masyarakat dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat maka tingkat penjualan perusahaan akan meningkat (Angelia & Suryaningsih (2015)). Kholmi, M., & Nafiza, A, S. (2022) dalam meneliti pengaruh CSR terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan Return On Equity (ROE) perusahaan. Dengan demikian, berdasarkan pada penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H1b: *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.3.4.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas

Penelitian yang dilakukan oleh Fransisca & Widjaja (2019) menyimpulkan bahwa implementasi Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA pada perusahaan manufaktur. Dengan demikian, berdasarkan pada penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.3.4.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam memoderasi Pengaruh *Green*

Accounting terhadap Profitabilitas Perusahaan

Ukuran perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan informasi sosial. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Puspaningrum, 2017).

H3a : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh penerapan green accounting terhadap profitabilitas.

2.3.4.5. Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Dalam penelitian Widiastuti et al. (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR yang berarti semakin besar ukuran perusahaan maka aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan juga semakin banyak sehingga pengungkapan aktivitas perusahaan semakin luas.

H3b : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap profitabilitas.